创头条

除夕之夜发布复工通知，调集全部资源支援疫情防控；将民营企业的责任担当落实到产业扶贫与促进家乡经济发展中——

杨竹强：国家需要时冲上去，义不容辞

■ 中国妇女报全媒体记者 周丽婷

在邯郸恒永防护用品有限公司（以下简称“恒永公司”）获得的众多荣誉中，总经理杨竹强最珍视的一份，是河北省委省政府授予的“河北省抗疫先进集体”称号。

“当时还收到了国务院发来的贺信。作为一名共产党员，在国家需要时冲上去，是义不容辞的责任。国家至上永远是企业的发展宗旨。能为社会奉献一份力量，我很自豪。”她说。

杨竹强中专毕业后被父亲召回家族企业，从车间一线员工做起，跟着外聘工程师刻苦学习、钻研产品技术，27岁成为公司副总经理。40岁时老父亲放心地把“帅印”交付给她，由她执掌公司全面发展。公司从专利技术熔喷布生产起步，30多年间已发展成生产熔喷布、口罩、防护服、过滤材料等多类型产品的企业。

抗击疫情：

国家急需什么，就生产什么

2020年1月21日，正在区里开人大会议的杨竹强突然接到武汉客户的电话，急需大批口罩和防护服。“员工们在头一天刚刚放年假，怎么办？我一边通知厂里赶紧召集工人回厂加班，一边安排把出口的库存产品紧急调拨给武汉。1月22日下午，第一批50万只口罩、3万套防护服起运。”

“除夕之夜发布了复工通知。当时城里、村里到处是大喇叭，喊着‘疫情紧急，不要随意进出’。但在公司的协调下，工人们冒着危险陆陆续续赶回了厂子，大年初三就全部到岗，连行政人员也都投入到生产一线。”员工们毫无怨言，与企业一起共克时艰，让杨竹强很受感动，“连续三天，每天工作到晚上十点，我给工人们按五倍的工资发放。”

大年初五，恒永公司被国家列为紧急医用物资防护服第一批定点生产企业。为保障国内抗疫物资供应，公司推掉了国外600万只欧盟标准的防护口罩生产订单。“尽管企业间接损失3000余万元，但我们无怨无悔！”

为最大限度提高生产量，杨竹强现场办公，24小时值守在厂。很快，公司口罩产量由日生产1万只增加到日生产20万只，防护服由最初日产80套增加到5000套。

据统计，2020年，恒永公司共计向国内外市场投放各类防护口罩2.2亿只，防护服150余万套，向省内防疫物资企业提供熔喷布500余吨。

2021年春节前后，石家庄、邢台疫情散发态势严重，杨竹强第一时间启动防疫物资投送预案，先后向石家庄捐赠防护服2000件、医用外科口罩20万只、医用防护口罩18000只；向永年区临洺关镇东大街学校捐款30万元、向东大街社区捐赠口罩7万只；向坚守在一线劳动的城管环卫工人捐赠口罩4万只；向永年区公安、交警等疫情防控一线人员捐赠口罩20余万只，有效帮助家乡防疫一线健康、安全。“这是人生中的一场‘大考’。我们能在这次疫情中做出贡献，也归功于企业多年来逐步建立起的全产业链，具备了应急生产能力。”杨竹强对此感到欣慰。

脱贫攻坚：

群众需要什么，就帮扶什么

“民营企业只有把自身的发展融入社会的发展，才有它的社会价值，而且企业在参与产业扶贫过程中也能找到新的发展空间和机遇。”杨竹强有一份清醒的社会担当。因此在脱贫攻坚中，她精准扶贫。

永年区是全国标准件集散地，男性就业机会多，而女性要想谋得一份合适的工作比较难。杨竹强以过滤材料为依托，延伸产业链，开发过滤材料加工产品。在她的倡导下，公司先后组建了4个口罩车间、1个服装车间、3个复合车间，大量招聘女职工，开展技能培训，有效地解决了地区女性就业的困境，同时为企业的发展开创了新的路径，促进了家乡经济发展。

这些年，恒永公司安置下岗职工800余人，其中女职工600余人。杨竹强要求公司制定出针对性强的扶贫帮困培训计划，成立扶贫车间、扶贫班组，把扶贫助困落实到每个人。对家庭困难又不能参加公司车间班组的困难妇女，公司实地考察后，有针对性地开展帮扶指导。南大街刘某年岁较大，老伴常年卧床，家庭收入拮据。刘某年轻时一手缝纫好活，公司提供设备让其在家生产配件，缓解了家庭经济危机，目前月收入在2300元左右。

杨竹强把扶贫脱贫作为己任，出台了《关爱贫困职工活动实施意见》《关爱贫困职工活动实施方案》，建立特困职工档案，设立困难职工奖学金制度。因人制宜的帮扶措施，让50多户贫困家庭摆脱了贫困。作为永年区女企业家协会会长，她每年都要去慰问贫困群众，关爱留守儿童，关注孤残儿童，并与贫困儿童结成“一对一”帮扶对子。

杨竹强时刻不忘以共产党员的标准，勇担社会责任；以女性的温情细腻，温暖着周边的每一个人。她先后荣膺河北省劳动模范、河北省科技型中小企业创新技术人才、河北省城乡妇女岗位建功先进个人等荣誉称号。

投资人说

6年5次加仓，投资近4000万美元，BOSS直聘正式登陆纳斯达克，成为今日资本第四个投资回报超10亿美元的项目。

徐新：大回报得益于“下重注”

■ 乔芊 杨轩

“伟大的公司本来就不多，要耐心等它来。”

6月11日，在线招聘平台BOSS直聘正式登陆纳斯达克，此次发行价19美元。BOSS直聘也是继前程无忧、智联招聘、猎聘后，第四家登陆资本市场的国内互联网在线招聘平台。

BOSS直聘于2014年7月上线，是一款直聘模式的P2P在线应聘软件，用户可在App上通过聊天的方式，与企业高管，甚至是创始人一对一沟通，更快速地获得Offer。据BOSS直聘招股书数据显示，2021年3月，BOSS直聘平均月活跃用户数增至3060万。

徐新投资BOSS直聘的故事，几乎是她投资京东的复刻版本。强烈的“不能放走”创始人的直觉，逼迫她见面当晚就签下投资意向书。在创造了京东143倍回报的神话之后，徐新再度完成一次精准狙击——自2015年起，徐新掌舵的今日资本6年内5次加仓BOSS直聘，一共投资近4000万美元，作为后者上市时第一大机构股东，目前账面回报近38倍。

徐新跟BOSS直聘CEO赵鹏不打不相识。在早年双方代表的中华英才网、智联招聘竞争时期，徐新和赵鹏互为对手，因此也分外熟悉。徐新说，赵鹏是“做任何事我都可能会投”的人，且上市后她仍将“长期持有这家公司”。毫无疑问，对BOSS直聘的投资是徐新对自己投资方法论的又一次严密执行和绝佳展示——抓住一家好公司，坚定地加仓，并且拿的时间足够长。BOSS直聘也因此成为继京东、美团点评、益丰大药房之后，今日资本第四个投资回报超过10亿美元的大项目。

徐新认为，这都得益于她对投资“下重注”“本垒打”的深刻信仰。

把水烧到120度

问：你最有名的案子都是大型交易平台，你也表达过对“大生意”的偏好。但BOSS直聘却是在一个很细分的行业。

徐新：对，它的确比较垂直，但因为我对这个赛道很熟悉，加上赵鹏我认识很久。他是一个我想投的人，他干什么我都可能会投。

问：他身上有什么特质？

徐新：赵鹏洞察力挺强的，三言两语就能抓住事物的本质，“直接跟老板谈”这个口号洞察人心。以前一个企业招聘的主体是HR，但HR没有太多动力，判断也不见得是很好的。赵鹏就把招聘者这个角色改变了，变成小公司的大老板、大公司的小老板，这两种人是用人的决策者，招聘效率是非常高的，后来又加了猎头。

在求职者这边，以前简历放上网，就像砧板上的肉，谁都能打电话，BOSS把这个也改了，可以互相挑选。而且有很多被动求职者进来，没有很着急换工作，但不介意跟老板认识一下，跟老板聊来聊去，很嗨。

问：BOSS直聘发展中你给过赵鹏最重要的建议是什么？

徐新：让他打广告。我在中华英才网、包括投的赶集网都一直打广告。我告诉他春节这个时点特别好，大家过年都回老家了没事干，嗑着瓜子看电视，广告效果特别好，然后春节一过正好换工作。我把广告怎么打透，怎么把水烧到120度这个东西跟他说。因为做平台有很多是口碑传播，但当你基数很小的时候，口碑是很小的，最关键要把DAU（日活跃用户数量）的基数打大了才行。

地位稳了，再去上市

问：对于那些准备或正在寻求上市的公司，你有什么建议？

徐新：我一直以来的经验是raise money when you can（能融就融），而不是需要的时候再融，这样总归是安全的。因为竞争很激烈，打的都是大仗，资金充足很重要。大家不想融资无非是担心股票稀释，现在港股和美股都有了AB股，创始人对公司的控制权是可以掌握的，问题不大。另一个，股权意味着财富多少，如果你真的打赢了，事情做得很大，你一定值很多钱的。现在的市场环境要看实际情况。总体来讲我觉得上市不用太着急，股市很短期，有时候员工一看股票跌得多，以为公司不行了，信心很受打击。最好你能做到行业第一，地位稳了再去上市，那就不会为短期股价去做牺牲、做妥协。

问：消费品投资这一两年很热，新品牌对融资可能没有TMT（数字新媒体）企业那么饥渴。它们也应该尽可能地多拿钱吗？

徐新：如果它本身不怎么亏钱，那也没必要拿那么多。但如果它想一直亏损做增长，那我觉得还是多拿点钱。

问：品牌类公司亏损换增长，传统行业的人觉得不可理解。

徐新：我觉得可以理解。我们之前投三只松鼠也一直亏损，做到十个亿才开始打平，因为一直在获客。还是看你想做多大的规模，即使你是个品牌，你全国布局，到处开仓，做物流、打广告，固定成本也是很高的。我的看法是可以一开始亏损，通过投入迅速把规模拉起来，本来你可能要七八年做到的，两年就达到，规模效应就出来了。当然前提是，要看你复购率行不行，有增长的话就大胆投。

问：近一年有什么新消费项目，是你看了没投，现在觉得错过的？

徐新：我们看了没投，大部分是因为赛道不够大，我想要的是大单品。我们就这点人，时间精力有限，你要有足够的耐心等那个伟大的公司来。

好产品是“1”，营销是“0”

问：你觉得这一代品牌创业者，跟刘强东、王兴这两代创始人有什么不同？

徐新：平台模式讲究成本、效率，品牌讲究的是差异化。这两种人连气质都是不一样的。做平台、做零售的人就是很抠，做品牌的人呢，都超级“作”。

问：对您来说，消费投资有什么重要的底层逻辑长期不变？

徐新：首先还是赛道足够大。品牌生意不是颠覆式的，但零售模式是颠覆式的。如果是万亿人民币的市场，它的市值能做到一千亿美元，那么就是一个平台型的大生意。所以我们2015年重仓生鲜，三种模式都投了，有叮咚、兴盛、谊品，它是电商渗透最后的堡垒。

品牌生意没那么大了，做到几百亿销售收入、大几十亿利润是终极格局。单品牌也做不了太大，还要搞多品牌，那就要求创始人有非常强大的能力，不仅自己做，还得管好团队。最近看新品牌最大的心得还是，营销是后面的“0”，前面“1”还是好产品。

徐新（左）和赵鹏

■ 一财

别让消费金融成为下一个现金贷

当部分消费金融企业逐渐脱离本来定位，甚至变种为与此前套路多多的现金贷如出一辙时，呼吁监管整治的声音越来越多。

近日，银保监会消费者权益保护局发布《关于马上消费金融股份有限公司侵害消费者合法权益的通报》，指出该公司存在七项违规行为：营销宣传夸大误导、产品定价管理不规范、学生贷款管理不规范、合作商管控不严、联合贷款管理不到位、不合规催收、消费者权益保护体制机制不完善等。

事实上，这不是马上消费金融一家的问题。随着监管层对消费金融监管和违规处罚力度的加大，今年以来已有捷信消费金融、中银消费金融、晋商消费金融等先后受到行政处罚或被责令整改，其中中银消费金融因贷款调查审查不尽职、存在以贷收费行为被罚100万元。

消费金融既包括正规金融机构给企事业单位工作人员提供的消费类贷款额度，也有种种互联网贷款平台主要给收入较低、不稳定的年轻人甚至是学生提供购物支持。很明显，乱象来自后者，且提供消费贷款的互联网平台，不少就是此前现金贷平台甚至P2P摇身一变，套路也十分相似，只是在监管的背景下稍作调整。

这几年，针对现金贷等互联网贷款平台陆续引发恶性事件，监管层相继从不同维度进行整顿规范。比如对于高利息，多次强调互联网平台贷款的综合息费水平应当控制在24%以内。今年1月，银保监会发布消费金融公司五级分类监管规定，随后发布通知明确小额贷款公司不得向大学生发放互联网消费贷款，3月央行也发布公告要求，包括消费金融公司在内的所有贷款产品均应明示年化利率。

不过，现实中消费金融企业要么想方设法规避监管，要么审核不严未严格按照相关规定行事，比如对于超过法定利率的部分，马上消费金融公司设置“溢缴款”管理，据通报频频存在部分借款人贷款已还清，但溢缴款未返还到借款人账户的情况；对于学生贷款，则普遍没有严格的审核。此外还出现诱导消费现象，包括与医美商户合作，诱导消费能力弱、自制力低的年轻人高额消费。至于催收，不合规、管理不到位现象普遍存在。

从负面影响角度讲，目前消费金融至少有两大危害，一是将诱导年轻人跌入消费主义陷阱的深渊。消费贷对象主要是收入较低的年轻人，他们普遍自制力偏低，很容易受消费主义影响。据机构调查，中国使用消费贷款的人群中近半数是“90后”，在亚洲同龄人中排第一。虽然贷款的路径、目的各不相同，但结局异曲同工：要么忍辱负重耗费时间精力偿还高息贷款，要么拆东墙补西墙四处借贷导致个人信用破产由父母亲人接盘。

此外还可能引发金融风险，目前提供消费贷、分期贷的平台年化利率多在24%~36%之间，如此高利息的借贷，对象又是信用和质地被正规金融机构排除的客户，一旦出现集中违约现象，数以万亿计的消费贷规模或将一定程度上冲击金融系统，不可不防。

因此，针对近年蓬勃发展的消费金融行业，监管必须出手整治，虽然不应该“一棍子打死”，毕竟作为金融创新，消费贷有其可取之处，对于提振内需也有一定的贡献。但是，务必对消费金融套上“紧箍”，规范发展，对贷款额度、贷款对象、贷款利息以及从业者资本金等进行严格且细致的规范限制，防范风险于未然。同时对违规放贷企业依法严厉打击，倒逼企业自律。

世界快报

今年夜间经济规模将达36万亿元

近期，多地围绕重点领域密集推出升级版举措，其中，夜经济等季节性消费成为经济新增长点。《2021中国夜间经济最新发展报告》显示，截至2020年底，我国夜间经济规模突破30万亿元，较2019年同期增长5.0%，预计2021年中国夜间经济发展规模将增至36万亿元。其中，北京、上海、广州等城市将大力推动夜间经济发展，通过夜间消费提质升级挖掘消费潜能，成为发展夜间经济的标杆城市。

（来源：财联社）